

## **Perancangan Iklan Agrowisata Kebun Jollong Sebagai Obyek Wisata Alam Dan Edukasi Di Pati**

**ASMAR WONO WIDODO**

(Pembimbing : Dzuha Hening Yanuarsari, M.Ds, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201402002 @mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Potensi wisata yang besar dimiliki oleh kabupaten Pati, salah satunya adalah Agrowisata Kebun Jollong. Namun karena obyek wisata baru dan kurangnya iklan dan media promosi yang dilakukan oleh pengelola yang selama ini hanya melalui telemarketing mengakibatkan Agrowisata Kebun Jollong kurang populer di masyarakat Pati, sehingga jumlah pengunjungnya sedikit dan belum sesuai dengan harapan pengelola. Dengan Perancangan Iklan Agrowisata Kebun Jollong Sebagai Obyek Wisata Alam dan Edukasi di Pati diharapkan dapat meningkatkan popularitas obyek wisata tersebut, sehingga jumlah pengunjung akan meningkat. Menggunakan metode kualitatif dengan analisis SWOT maka diperoleh sebuah konsep kreatif yaitu menonjolkan Agrowisata Jollong sebagai satu satunya agrowisata di Pati yang memiliki kebun buah petik, dengan menggunakan media utama baliho dan media pendukung seperti poster, brosur, x-banner dan stiker dengan konsep fotografi desain akan mampu menyampaikan tujuan secara maksimal sehingga Agrowisata Kebun Jollong semakin dikenal dan semakin banyak pengunjung

Kata Kunci : agrowisata, iklan komersial, obyek wisata, promosi

## **Ads Design Of Jollong Gardens Agro-tourism As Nature Tourism And Education On Pati**

**ASMAR WONO WIDODO**

(Lecturer : Dzuha Hening Yanuarsari, M.Ds, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of*

*Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201402002 @mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

A great tourism potential is owned by Pati region, one of which is the Garden Jollong. But due to new attractions and a lack of advertising and media promotion is done by the Manager for this just through the telemarketing results in Garden Jollong less popular in the community of Pati, so that the number of visitors has not been in accordance with the expectations of the Manager. With the design of the Garden Jollong Agro-tourism Ads As Educational and natural Attractions in Pati are expected to boost the popularity of the tourism, so the number of visitors will increase. Using qualitative method with SWOT analysis then retrieved a creative concept that is accentuating the Garden Jollong as the only ones in Pati which have fruits garden pick, using mainstream media billboards and media supporters such as posters, brochures, x-banner and stickers with the concept of design photography will be able to deliver the maximum goal so that the Garden Jollong Agro-tourism more popular and more and more visitors.

Keyword : agro-tourism, commercial, tourism, promotions